



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Farmacia y Bioquímica
Escuela Académica Profesional de Farmacia y Bioquímica

**Diseño de un plan de negocio de productos cosméticos
con principios y criterios del biocomercio**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Químico Farmacéutico

AUTOR

Cynthia Celmira POCOMUCHA PÁRRAGA

Angela Denis ZAVALA BARRIOS

ASESOR

Armando José RIVERO LAVERDE

José Fidel JÁUREGUI MALDONADO

Lima, Perú

2013

RESUMEN

Se diseñó un plan de negocio en el sector cosmético que incluye los principios y criterios del Biocomercio, este diseño del plan de negocio empezó mediante un estudio de mercado del rubro cosmético y del Biocomercio, el cual orientó a desarrollar una línea de Higiene Personal denominada "Mistika". El primer producto desarrollado en esta línea fue el jabón líquido por ser el más usado, según la encuesta realizada. El producto desarrollado fue hecho a base del aceite de Aguaje (*Mauritia Flexuosa*), el cual se eligió mediante un análisis prospectivo, con el fin de seleccionar al recurso que brinde mayor impacto y beneficio a la cadena de valor. Al producto cosmético desarrollado con los principios y criterios del Biocomercio se propuso la denominación de Bio-cosméticos. Asimismo, la presencia del Químico Farmacéutico, se hace indispensable no solamente por las características científicas y tecnológicas que posee, sino por su capacidad de poder interrelacionarse con todas las etapas del proceso del plan de negocio presentando habilidades administrativas, comunicativas, manejo de recursos y de marketing.

Palabras clave: plan de negocio, marketing, administración, biocomercio, recurso, bio-cosméticos.

SUMMARY

A business plan was designed in the cosmetic industry that includes the principles and criteria of Biocomercio, this plan design business started by a market study of the cosmetic category and Biocomercio, which directed us to develop a line of Personal Hygiene called "Mistika". The first product of this line was a liquid soap to be the most used, according to the survey. The developed product was made from oil Aguaje (*Mauritia Flexuosa*), which was chosen by a prospective analysis, in order to select the resource that provides greater impact and benefit to the value chain. The cosmetic product developed with the principles and criteria of Biocomercio, the name proposed for this kind of products was bio-cosmetics. Also, the presence of Pharmaceutical Chemist, it is essential not only for the scientific and technological features it has, but for their ability to interact with all stages of the business plan presented management skills, communication, resource management and process marketing.

Keywords: business plan, marketing, administration, biocomercio, resource, bio-cosmetics